



Cahiers d'histoire

45-1 | 2000
Varia

Marc BOYER, *Le tourisme en l'an 2000*, Lyon, Presses universitaires de Lyon, 1999, 265 p.

Jean Lorcin



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/ch/83>
ISSN : 1777-5264

Éditeur

Comité historique du Centre-Est

Édition imprimée

Date de publication : 1 janvier 2000
ISSN : 0008-008X

Référence électronique

Jean Lorcin, « Marc BOYER, *Le tourisme en l'an 2000*, Lyon, Presses universitaires de Lyon, 1999, 265 p. », *Cahiers d'histoire* [En ligne], 45-1 | 2000, mis en ligne le 13 mai 2009, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/ch/83>

Ce document a été généré automatiquement le 19 avril 2019.

© Tous droits réservés

Marc BOYER, *Le tourisme en l'an 2000*, Lyon, Presses universitaires de Lyon, 1999, 265 p.

Jean Lorcin

- 1 De Dumazedier à Trigano, de la première édition de son livre « militant » *Le tourisme* au Seuil¹ en 1972 à la version élargie et actualisée qu'il en donne dans le présent ouvrage, publié en 1999, mais symboliquement attribué à l'an 2000, Marc Boyer a toujours mené le bon combat de défense d'un tourisme social... et culturel contre la tentation d'une gestion capitaliste.
- 2 De la première édition du *Tourisme*, Marc Boyer a conservé dans les grandes lignes le plan logique, une épistémologie introduite en première partie par des définitions, une « lexique », et explicitée en deuxième partie par l'histoire du tourisme, la troisième partie relevant davantage de la sociologie du phénomène étudié, une actualisation étendue, en l'an 2000, aux pays étrangers, notamment au Tiers Monde.
- 3 Pour bien comprendre Marc Boyer, il convient de commencer la lecture de son livre par la fin, où il met en cause une dérive récente de l'enseignement du tourisme qu'il a contribué à implanter dans l'Université Lumière-Lyon 2. Cela ouvre un vrai débat : faut-il privilégier une approche historique et culturelle, en liaison avec la discipline de la communication dont la collaboration est d'autant plus importante aux yeux de Marc Boyer² qu'on est ici dans le domaine du « rêve », et non de celui de la pure et simple marchandise, ou l'association d'une approche géographique plus traditionnelle à une formation pratique, basement utilitaire peut-être³, mais qui pourrait après tout mieux répondre aux besoins d'étudiants soucieux d'une insertion rapide dans la profession. En effet, l'enseignement d'un Marc Boyer s'adressait davantage aux décideurs, aux responsables politiques. Marc Boyer met d'ailleurs en rapport ce glissement épistémologique et pédagogique avec le désengagement de l'État depuis les années 1960. Face au confusionnisme qui en résulte, il s'érige en gardien du temple de la rigueur conceptuelle, épistémologique : il dégage la spécificité du tourisme en distinguant ce concept de la notion par trop enveloppante de « vacances » et de « loisirs », née de préoccupations contemporaines, avec la conquête des

congés payés, rendue possible par les gains de productivité (Fourastié), qui a posé le problème de l'utilisation du temps libre, de loisirs qui ne sont plus l'apanage d'une classe privilégiée de rentiers (Dumazedier), un enchaînement de cause à effet qui fait bien du « loisir », à la différence du « tourisme », un « produit de la civilisation industrielle ».

- 4 Pour Marc Boyer, en effet, le tourisme n'est pas un donné « naturel », comme disent les économistes libéraux, fruit d'aptitudes exceptionnelles de telle ou telle région géographique ou d'une conjoncture favorable, comme les « Trente Glorieuses », mais une création de l'histoire, comme le souligne le titre de sa thèse, *l'invention du tourisme dans le Sud-Est*⁴, dont il a déjà résumé le propos sous le titre *L'invention du tourisme* dans la collection « Découverte-Gallimard » en 1996⁵. En effet, le concept de « tourisme », comme l'auteur le souligne d'entrée de jeu dans le glossaire qui ouvre le présent ouvrage, et le développe dans le chapitre historique qui suit, n'a rien d'intemporel : il ne se confond pas avec le voyage, même d'agrément, dont on a des témoignages dès l'Antiquité, ni même avec le pèlerinage (Dupront) qui joue le même rôle de dépaysement au Moyen Âge, mais dont la motivation religieuse, aux yeux de Marc Boyer, le différencie de l'activité désintéressée, ludique, qu'est à ses yeux le tourisme. Pour lui, le « tourisme », comme l'indique son étymologie, est né du « Tour » initiatique, auquel avait droit le jeune *gentleman* anglais, avant son entrée dans la vie, pour se frotter de culture au grand soleil de l'Italie, au contact des vestiges de l'Antiquité. Cette démarche culturelle au premier chef s'inscrit néanmoins dans un contexte économique et social, celui de la révolution industrielle, sans pourtant en être la conséquence, souligne Marc Boyer : tous ces phénomènes sont contemporains, à la différence du loisir qui est bien, lui, un « produit de la société industrielle », comme l'a démontré J. Dumazedier⁶. C'est en effet l'apanage d'une classe de « rentiers » dont le pouvoir politique et économique est en train d'être mis en question par les débuts de la révolution industrielle, l'émergence d'une classe de nouveaux notables, de négociants et d'industriels engagés, eux, dans l'activité économique. Cela confèrera au tourisme jusque dans les années 1920, voire au delà, jusqu'aux « Trente Glorieuses », qui ont vu le véritable essor du « tourisme de masse », une allure aristocratique dont témoignent les grands hôtels aux allures de palais, les « palaces », de la Côte d'Azur.
- 5 Dès lors, c'est par un mécanisme purement culturel, l'imitation, encouragée par la mode, que, suivant un concept explicitement emprunté au sociologue américain Veblen, le tourisme a diffusé vers le bas, dans les classes moyennes entre les deux guerres, dans la « masse » dans les années 1960, encore qu'un « non public » subsiste, une résistance qu'a tenté de vaincre le tourisme social dans les années 1960, avec, par exemple, les VVF — « Villages vacances familles » —, ou, plus récemment, le Club Méditerranée, un rapprochement qui explique que ce soit Gilbert Trigano qui ait préfacé cette nouvelle version de l'ouvrage militant de Marc Boyer.
- 6 Ce glissement peut être la traduction d'une déception qui est la clef de l'ensemble de l'ouvrage devant l'échec de l'avènement d'une authentique « civilisation de loisirs », ce « grand espoir » du XX^e siècle, auquel travaillait J. Dumazedier, avec la persistance d'un « non public » irréductible. Le Club Méditerranée lui-même, avec son absorption par plus gros que lui, s'est mué d'utopie concrète en marchand de vacances à la carte : le film *Les Bronzés* n'aurait fait qu'anticiper sur une évolution inéluctable.
- 7 C'est l'ultime avatar, largement développé dans la 3^e partie, placée délibérément sous le signe de la modernité — « l'an 2000 » ! —, d'un phénomène qui s'inscrit dans la longue durée, le tourisme de masse ne rompant pas avec la définition du tourisme, phénomène

socio-culturel, à telle enseigne que Marc Boyer ne voit dans la substitution de vocables « branchés » comme « routard » au terme par trop dévalué de « touriste » qu'un effet de mode, une manifestation de « snobisme ». Cet *a priori* présente l'inconvénient d'entacher l'étude du phénomène d'un biais statistique qui conduit à confondre trois concepts jusqu'alors pourtant soigneusement distingués, les loisirs, les vacances, un terme dont l'emploi au sens moderne coïncide avec l'avènement du « tourisme de masse », et le tourisme. C'est le principal reproche que l'on peut faire à une étude par ailleurs placée sous le signe de la rigueur. Plus personnel est celui que j'adresserai à un disciple de Veblen, relayé par Bourdieu à qui Marc Boyer a emprunté le concept de « distinction » : l'accès à la Culture, qu'a tenté précisément de favoriser le tourisme social des années 1960 avec Dumazedier, relève-t-il seulement d'un phénomène d'imitation, de mode, voire de snobisme, qu'illustrerait le langage stéréotypé des « Guides » ? N'est-ce pas ignorer ce que peut avoir d'authentique le besoin dans les masses d'une acculturation, d'une intégration à la société globale, par le biais de l'accès à la Culture qui cesserait, du coup, d'avoir le sens purement « élitiste » auquel Marc Boyer semble réduire ce mot dès qu'il est précédé d'une majuscule : en effet, à la différence de J. Dumazedier, dont ici il s'écarte franchement, Marc Boyer prend le mot culture — sans majuscule ! — au sens sociologique de « participation, échange, processus » qui fait de la « communication » une « démarche de culture ».

- 8 Ce faisant, Marc Boyer enregistre, peut-être inconsciemment, une dérive qui l'éloigne d'un idéal de jeunesse de participation militante à un effort de promotion socio-culturelle des plus démunis, par le biais du tourisme social à la Dumazedier : désormais, il ne voit plus dans le tourisme qu'un processus de domination, par le biais des médias, des classes dirigeantes sur les masses « *other-directed* »⁷.
- 9 Pourtant l'accueil réservé par les ouvriers du bassin stéphanois, cet autre « non public », aux Tréteaux de la Comédie de Saint-Étienne, au temps de Jean Dasté, ou encore l'actuel succès des Journées du Patrimoine témoignent d'un autre rapport à la culture que l'effet d'une vulgaire massification. On est loin du snobisme, des stéréotypes des « Guides », qui tendent à privilégier des lieux-culte où l'on s'écrase, comme Versailles ou Chambord. Les deux phénomènes cohabitent, à mon sens.
- 10 Au reste, Marc Boyer en est bien conscient qui fait cohabiter, dans son ouvrage, une approche historique qui privilégie le phénomène à la Veblen décrit plus haut et une approche sociologique « engagée », qui le fait par exemple déplorer le désengagement de l'État entre les années 1960 et l'an 2000 qui marquerait la fin du tourisme social. On le voit même applaudir, *in fine*, aux modestes efforts de collectivités locales qui, malgré le désengagement de l'État, ont su valoriser leurs sites, préserver leur environnement au profit d'un tourisme vert bon marché, mais éclairé, en plein développement.
- 11 De la première édition, Marc Boyer a su conserver les qualités de clarté tant du plan que de la présentation et du langage, technique, voire rigoureux, mais sans jargon sociologique autre que des termes anglo-saxons dont l'histoire des idées impose l'introduction dans le texte. On peut regretter toutefois que le manque de place l'ait empêché de développer sa pensée en l'étayant par des exemples plus précis, de dépasser ce qui se réduit parfois à une simple énumération, enrichie, il est vrai, de tableaux clairs et pertinents. Certes, *L'invention du tourisme* a déjà été publié, mais Marc Boyer nous devait peut-être un *À propos de Nice* qui eût étayé sa démonstration : on n'en a ici qu'une esquisse qui nous laisse sur notre faim. De même, sa critique des simplismes qui président à l'étude de l'impact du tourisme sur les pays du Tiers Monde méritait des illustrations, des

statistiques. C'est peut-être la rançon d'une approche culturaliste qui se justifie dans les grandes lignes de l'histoire du développement touristique, mais peut-être pas de son inscription dans le temps et dans l'espace où interviennent facteurs économiques — le sous-développement au XX^e siècle, la pauvreté des montagnes au XIX^e siècle — et politiques : l'intervention de l'État, fondée sur des choix politiques, est ici à prendre en compte et explique les résistances au tourisme. Peut-être est-ce « hors sujet ». Mais le sujet n'a-t-il pas bougé, alors que le photographe est resté immobile ? Marc Boyer a-t-il tout-à-fait épousé son temps, en dépit du titre de la troisième partie ? Peut-être a-t-il eu tort de rester fidèle au plan de son premier livre, complété par *L'invention du tourisme* : cela lui a enlevé l'espace nécessaire pour développer sa troisième partie. L'application du concept de « colonies de vacances » au nouveau tourisme tropical, certes ingénieuse, illustre le problème posé par cette transposition d'un schéma déjà dépassé à une toute nouvelle époque.

NOTES

1. Collection « Peuple et Culture ».
2. Marc BOYER et Ph. VIALON, *La communication touristique*, Que sais-je ? n° 2885, Paris, Presses universitaires de France, 1994, 128 p..
3. Marc Boyer met en cause ce « rapport consumériste au savoir » qui en nie « la dimension culturelle ».
4. 1997.
5. Note de lecture dans *Cahiers d'histoire*, tome XLI, 1996, n° 3, par G[ilbert] G[arrier], p. 404.
6. J. DUMAZEDIER, *Vers une civilisation de loisirs ?* Paris, Éditions du Seuil, 1962.
7. p. 35.